

Q6 マンションの浴室リフォーム PART1 最初にここをチェック」からの問題です。

マンションの浴室リフォームでは、既存の浴室タイプによって提案内容が変わってきます。そのために現場調査ではまず既存の浴室タイプを確認する必要があります。マンションの場合、戸建て住宅と同じ3タイプがありますが、以下のa～cの見分け方から、それぞれに合っている説明を選んでみましょう。

- ①ユニットバス ②ハーフユニットバス ③在来工法の浴室
- a 浴槽の高さまでが工場生産のユニットになっていて、それより上部の壁や天井は現場で造作されている。一般的に壁はタイルや木材、天井はバスリブや塗り天井で仕上げられる。
- b 築古のマンション、中でも公団住宅では、下地から仕上げまで現場で施工する在来工法の浴室が多い。床と壁はタイル貼り、天井はバスリブや塗り天井が一般的。給湯器が隣室や浴室内に設置されている。
- c 壁・床・天井の6面がパネルで組み立てられている。壁パネルにタイルが貼られているものもあるが、叩くと在来工法のタイルのように固くないため、容易に見分けがつく。

A

①

②

③

Q7 「マンションの浴室リフォーム PART2 現場調査のポイント～ 前編・後編～」からの問題です。

ユニットバスの現場調査のポイントの1つに、ドア位置のチェックがあります。浴室の中と外、どちらから確認すると分かりやすいでしょうか？

A

Q8 「マンションの浴室リフォーム PART2 現場調査のポイント～ 前編・後編～」からの問題です。

天井点検口からの採寸は既存浴室からサイズアップできるかどうかの判断材料になります。天井点検口からユニットバスとの隙間を含めた浴室スペースの寸法を測りますが、点検口から確認する目的は主に3つあります。①サイズアップできるか？②希望ユニットが収まるか？では、あと1つは何でしょう？

A

Q9「マンションの浴室リフォーム PART3 押さえておきたい注意点」からの問題です。

マンションの浴室リフォームでは、追い焚きを後付けしたい場合、追い焚き配管用の穴を外壁に開けることになるので許可が降りるのは厳しいです。ただ、暖房機用の穴を利用して浴室の循環配管に活用できるかもしれません。1970年代から普及した暖房機は何式暖房機でしょう。

A

Q10 カ試しチャレンジ!浴室リフォームの問題です。

浴室扉の説明で、間違っているものはどれ?以下の中から記号で教えてください。

- a 折れ戸は開閉時に場所を取らない
- b 開き戸は力を加えなくても開閉ができる
- c 開き戸は故障しやすい
- d 引き戸は浴室の入り口を全開にできる

A

80点以上の方 &初参加の方は次号にてお名前を発表します!! ぜひご参加ください。

03-6260-6945

※切り後でもOKです!!

WEB解答ならラクラク!

スマホでもPCでもOK!

URL : <https://forms.gle/wxcR11A7cQ6KW2ci6>



下記を必ずご記入下さい

御住所はプレゼントの発送に使用いたします。

|     |            |
|-----|------------|
| 御社名 | 御住所        |
| お名前 | 営業歴年TELFAX |

毎月15日～1カ月分のリフォマが記事の中から出題します

リフォーム力試しクイズ

80点以上の方は毎月5日頃 電子版でお名前を表彰!



FAX 解答フォーム  
解答締切：2025 年 7 月 31 日 (木)

毎月中旬に  
リフォーム産業新聞  
電子版にて出題

Q1 特集:失敗しない初回訪問「初回訪問は"気配り"が決め手丁寧な下準備と思いやりで選ばれる」からの問題です。

以下のa～dの説明に、記事の内容に当てはまらないものが1つあります。記号で教えてください。

- a 初回訪問では、「お客様に余計な時間を使わせないように」と、事前の仕込みと気配りに力を入れる。
- b 訪問前に図面を入手し、不要な情報もそのままにして大きな図面を持参する。
- c 初対面で「明るく清潔感のある印象」を与えることを心がけ、爽やかな印象づくりを意識したりするなど、小さな気配りが大きな信頼になる。
- d 立ち話ではなく着座して、落ち着いて話を聞ける体制を整え安心感を持ってもらえるようゆっくりと語りかけるように話すといい。

A

Q2 特集:失敗しない初回訪問「竹内建設、初回訪問成功のコツは「引き渡し後の安心」を伝えること」からの問題です。

竹内建設の特徴として、引き渡し後のアフターフォローを重視していることが挙げられます。初回訪問の会社紹介で自社の万全なアフター体制をアピールするし、「引き渡し後も安心だから任せてみよう」と思うきっかけになる部署の名前は何でしょう。

A

Q3 特集:失敗しない初回訪問「マツワ、月150件の問い合わせから7割成約 しつこい営業なしがカギ」からの問題です。

以下のa～dの説明で、正しいものには○を、間違っているものには×をつけて教えてください。

- a 押し売りをしない初回訪問で、施主の意向を優先し、営業効率も上げる。
- b 見込みの低い方への追客は、基本的に行わない。しつこい営業をしないのがマツワのスタンス。
- c 事前に予算感のズレを防いでいるのは口コミの効果。おおよその金額明示、集客・認知度向上に加え、施主の金銭的な不安を払拭できている。
- d ショールーム (SR) の積極活用で成約率を上げる。

A

a

b

c

d

Q4 特集:失敗しない初回訪問「vol.4 & vol.5」からの問題です。

初回訪問でのヒアリングの工夫は各社様々あります。以下の説明で、a、bそれぞれのヒアリングを行っているのは、① 八幡住宅設備の西川さん ② ナイスリフォームの久保さん、それぞれどちらでしょうか？番号で教えてください。

- a 採寸しながら自然な流れで会話を引き出し、聞く姿勢は8割で質問攻めにしない。
- b 口頭では聞きにくいこともヒアリングシートを活用し、要望や予算をその場で施主に書き込んでもらう。

A

a

b

Q5「差がつく!こだわりプレゼン」リノクラフト、相見積もりお断りファーストプランで決めるテク 前編&後編」からの問題です。

リノクラフトのファーストプレゼン資料では、平面図はビフォーアフターを並べて比較しやすくしています。プレゼン資料の中には「施主の要望」を書き込んでいますが、これは施主にどのような印象を与える効果があるのでしょうか。

A